

<<汤普森谈判学>>

图书基本信息

书名：<<汤普森谈判学>>

13位ISBN编号：9787302240068

10位ISBN编号：730224006X

出版时间：2010-11

出版时间：清华大学

作者：利·L.汤普森

页数：401

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;汤普森谈判学&gt;&gt;

## 前言

在我国高校，用英语或双语教授专业课程（以下简称：英 / 双语教学）始于改革开放引进热潮，历经30年，虽发展不快，仍在缓慢推进。

20世纪80年代，改革开放后留学归来的教育界学者们不仅引进了各学科先进的研究成果，也随之引进了西方高校的教材。

以清华大学出版社为领军的国内出版社适时地引进了西方优秀教材的影印版，推动了一些高校开始在专业课程中开展英 / 双语教学。

2007年以来，国家教育质量工程专设的“国家高校双语教学示范课程建设点”的评定项目被视为政府教育发展的政策风向标，正有力地推动着高校英 / 双语教学的发展。

但对英 / 双语教学的必要性，我国高校内部一直争议不断。

争议首先围绕着中国人用英语教学的必要性。

在公认英语是目前世界通用语言的前提下，英 / 双语教学的必要性取决于我国高校师生是否有必要及时汲取世界最新的知识和研究成果。

答案是不言而喻的。

况且英 / 双语教学省却了翻译过程，可以避免常见的信息减损和曲解问题。

不过，信息发布者——教师的英语演讲能力和信息接收者——学生的英语解读能力不足又成为开展英 / 双语教学的障碍。

因而常见的反对意见是，开展英 / 双语教学，课堂教学内容就会缩水，因为讲授者和听众都得花费精力和时间解译内容。

如此看来，我国开展英 / 双语教学的高校教师必须应对挑战，洞察在我国现有条件下用英文原版教材开展英 / 双语教学的利和弊，并找到可行的扬长避短的路径。

在经济开放和全球化的大趋势推动下，我国中小学英语教学分量加重，英语普及程度逐年提高，高校新生的英语基础愈益扎实；教师的英语能力也随着师资的新陈代谢而日见增强。

这一趋势无疑在为英 / 双语教学营造越来越有利的条件。

尽管如此，不同于以英语为主要语言或官方语言的一些国家，英语在我国的普及率仍较低。

在青少年中，英语的普及程度和英语应用能力还仅处于初级水平；高校中能用英语演讲的教师尚属少数，且熟练程度还有待大幅提高。

这样的师生英语基础，使得英 / 双语教学面临巨大的挑战。

## <<汤普森谈判学>>

### 内容概要

《汤普森谈判学（第4版）》综合理论、科学调查及实例于一体，提供了一系列实用易学的原则，对提高读者的谈判能力大有裨益。

书中的实例甄选自多家公司的上百位谈判者的真实经历，这些实例阐释了各种有效及无效的谈判技能。

书中涉及了多种复杂的谈判情境，例如通过电子邮件和电话会议进行谈判、与竞争公司之间的谈判以及跨文化的谈判。

《汤普森谈判学（第4版）》可广泛适用于经济管理类专业学生，也可供各类组织中的管理人员参考。

<<汤普森谈判学>>

作者简介

作者：（美国）利·L.汤普森（Leigh L.Thompson）利·L·汤普森(Leigh L·Thompson)，美国西北大学凯洛格管理学院争端解决与组织J·Jay Gerber杰出教授，负责指导凯洛格团队和群体研究中心以及多个高层管理者培训项目。

作为一位活跃的学者，汤普森教授发表了近百篇文章，出版了9本著作，并与美国、加拿大、拉丁美洲、欧洲及中东的多家私人组织和公共组织有广泛合作。

<<汤普森谈判学>>

书籍目录

第一部分 谈判的基础知识第1章 谈判：心灵与智慧第2章 谈判前的准备工作第3章 分配性谈判：分割馅饼第4章 双赢谈判：扩大馅饼第二部分 高级谈判技巧第5章 形成一种谈判风格第6章 建立信任和人际关系第7章 势力、说服力与道德规范第8章 谈判中的创造力和问题化解能力第三部分 应用与特殊情况第9章 多方谈判、联盟谈判与团队谈判第10章 跨文化谈判第11章 默认协商与社会困境第12章 通过信息技术谈判附录附录1 自我测试：你是一个理性的人吗附录2 非语言交流与谎言测试附录3 第三方干预附录4 工作要约谈判

## 章节摘录

插图：Brainstorming Alex Osborn, an advertising executive in the 1950s, wanted to increase the creativity of organizations. He believed one of the main blocks to creativity was the premature evaluation of ideas. He was convinced two heads were better than one when it came to generating ideas—but only if people could be trained to defer judgment of their own and others' ideas during the idea-generation process. Therefore, Osborn developed the most widespread strategy used by organizations to encourage creative thought: brainstorming. Brainstorming is a technique used by a large number of companies and organizations to unleash the creative group mind and avoid the negative impact of group dynamics on creativity. The goal of brainstorming is to maximize the quantity and quality of ideas. Osborn aptly noted that quantity is a good predictor of quality: A group is more likely to discover a really good idea if it has a lot of ideas from which to choose, but brainstorming involves more than mere quantity. Osborn believed that the ideas generated by one person in a team could stimulate ideas in other people in a synergistic fashion.

<<汤普森谈判学>>

编辑推荐

《汤普森谈判学(第4版)》：美国商学院原版教材精选教材

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>